



# CRM & COMMERCIAL : PLACER LE CLIENT AU CŒUR DE SA STRATÉGIE

## Mettre ses données client au service de la performance commerciale

Dans un contexte de plus en plus concurrentiel et la mise à disposition sur le marché d'outils numériques efficaces, le CRM est l'outil indispensable pour pérenniser son business, l'augmenter en développant une connaissance clients parfaite et mettre en synergie toutes les entités d'une société (marketing, ventes, après-vente, logistique...). Opter pour CRM, c'est la garantie d'offrir à vos clients, une expérience personnalisée.

FORMATIONS COURTES

INITIATION

NEW

Ref. : C21SACRM

Durée :  
1 jour - 7 heures

Tarif :  
Salarié - Entreprise : 890 €  
HT

### OBJECTIFS

Améliorer sa prospection commerciale et proposer des services personnalisés.  
Innover et développer une prospection multicanale.  
Suivre de manière efficace les chiffres clés pour optimiser ses portefeuilles clients.

### POUR QUI ?

Commerciaux, directeurs commerciaux, responsables comptes clés.

### PRÉREQUIS

Aucun.

### COMPÉTENCES ACQUISES

Renforcer sa connaissance client grâce à l'utilisation d'un outil CRM commun aux différents services de l'entreprise pour gagner en performance commerciale et en qualité dans sa relation client.

### PARCOURS PÉDAGOGIQUE

E-quiz amont  
Présentiel  
E-quiz aval

### PROGRAMME

CRM & commercial : placer le client au cœur de sa stratégie

#### Satisfaction client & CRM : développer sa connaissance client

- Analyser son portefeuille client et ses actions pour adapter son discours commercial : la méthode RADAR.
- Descriptive ou prédictive : affiner la segmentation de sa base clients pour cibler efficacement.
- Obtenir un résumé de la relation client pour anticiper les demandes clients.

#### Conquête client : améliorer sa prospection commerciale

- Adopter un système de lead scoring pour construire sa stratégie de prospection et prioriser ses efforts.
- Habitudes de consommation, centres d'intérêts, historique des interactions... : consolider une vision client totale et unique pour enrichir sa prospection multicanale.
- Travailler la maturité de ses leads avec l'appui du marketing et du potentiel offert par le CRM : bonnes pratiques et fonctionnalités.

#### Performance commerciale & CRM : optimiser son cycle de vente

- Utiliser la data client pour affiner ses plans d'actions commerciaux.
- Conserver et alimenter son historique client dans son logiciel CRM pour nourrir et améliorer sa relation client.

### INTERVENANTS

Stéphanie Grenard



Organisme qualifié par l'ISQ-OPQF



Membre de la FFP

ISM - 35, rue du Louvre - 75002 PARIS  
Tél. : +33 (0)1 43 72 64 00 - e-mail : serviceclient@ism.fr  
Siret 712 010 362 000 28



SLE CONSULTING

## MOYENS HUMAINS, TECHNIQUES ET PÉDAGOGIQUES

Moyens Humains, Techniques et Pédagogiques

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.

Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur [votre espace apprenant](#).

Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre [plateforme](#) dédiée.

## LIEUX ET DATES

À distance

14 sept. 2022

Paris

10 mai 2022

24 nov. 2022

